

GRUPPO
CEVICO

Viticoltori dal 1963

Cooperazione
a **kmillimitato**



www.kmillimitato.com



BOLOGNA, 31 MAGGIO 2016



Le cooperative vitivinicole e le cantine sociali che fanno riferimento all'Alleanza delle Cooperative Italiane sono 494 e rappresentano quasi il 58% della produzione vitivinicola italiana. Il fatturato aggregato nel 2015 ha raggiunto i 4 miliardi di Euro, di cui il 55% fa riferimento al mercato italiano, il 32,8% al mercato dell'U.E. e il restante 12,2% al mercato extra U.E. Fanno capo alla cooperazione il 62% del vino DOP Valpolicella, l'80% del Soave, il 90% del Lambrusco, il 75% del Sangiovese di Romagna (dati ISMEA). Tra le prime 17 cantine italiane per fatturato, nel 2015, troviamo ben 8 cooperative tra cui, oltre a Cevico, Cantine Riunite-Civ e GIV, Caviro, Mezzacorona, Cavit, Soave, Collis, Lavis.

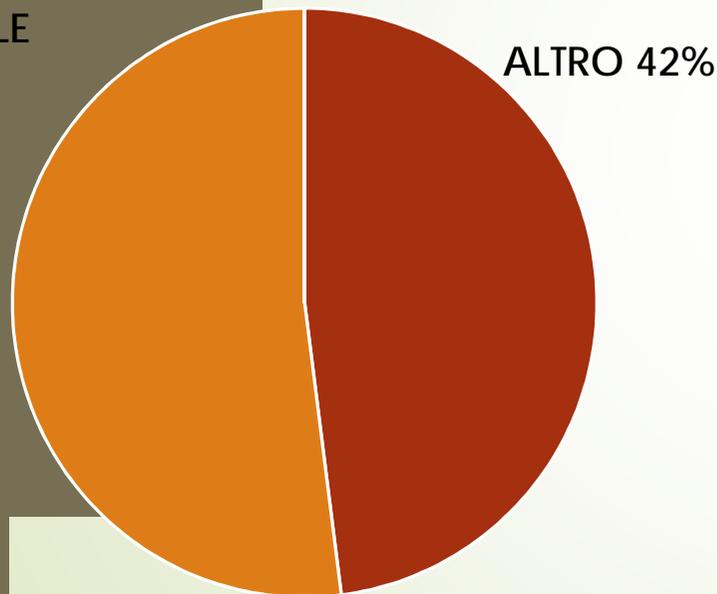


I primi risultati dell'Alleanza sono apparsi subito significativi per il settore: grande visibilità in Expo, Vinitaly, missioni internazionali con Commissario Hogan, conferma del regime IVA agricola, protezione confermata dei nomi di vitigno, definizione Testo Unico, condivisione dei Decreti OCM e PSR regionali, rafforzamento tavolo nazionale filiera

RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA SOCIETARIA DELLA PRODUZIONE VITIVINICOLA ITALIANA

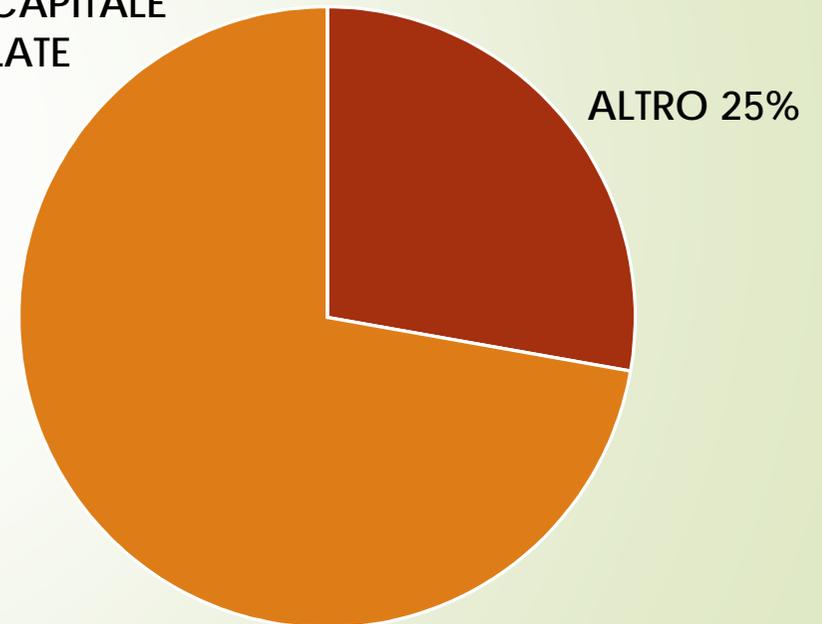
PER AVERE SUCCESSO NEL MONDO, PRIMA DI TUTTO, BISOGNA ESSERE «FORTI» IN CASA PROPRIA

ACI NAZIONALE 58%
(COOP E SOCIETA'
CAPITALE



100 = PRODUZIONE VINO ITALIA

ACI E.R. 75 % (COOP E
SOCIETA' CAPITALE
CONTROLLATE



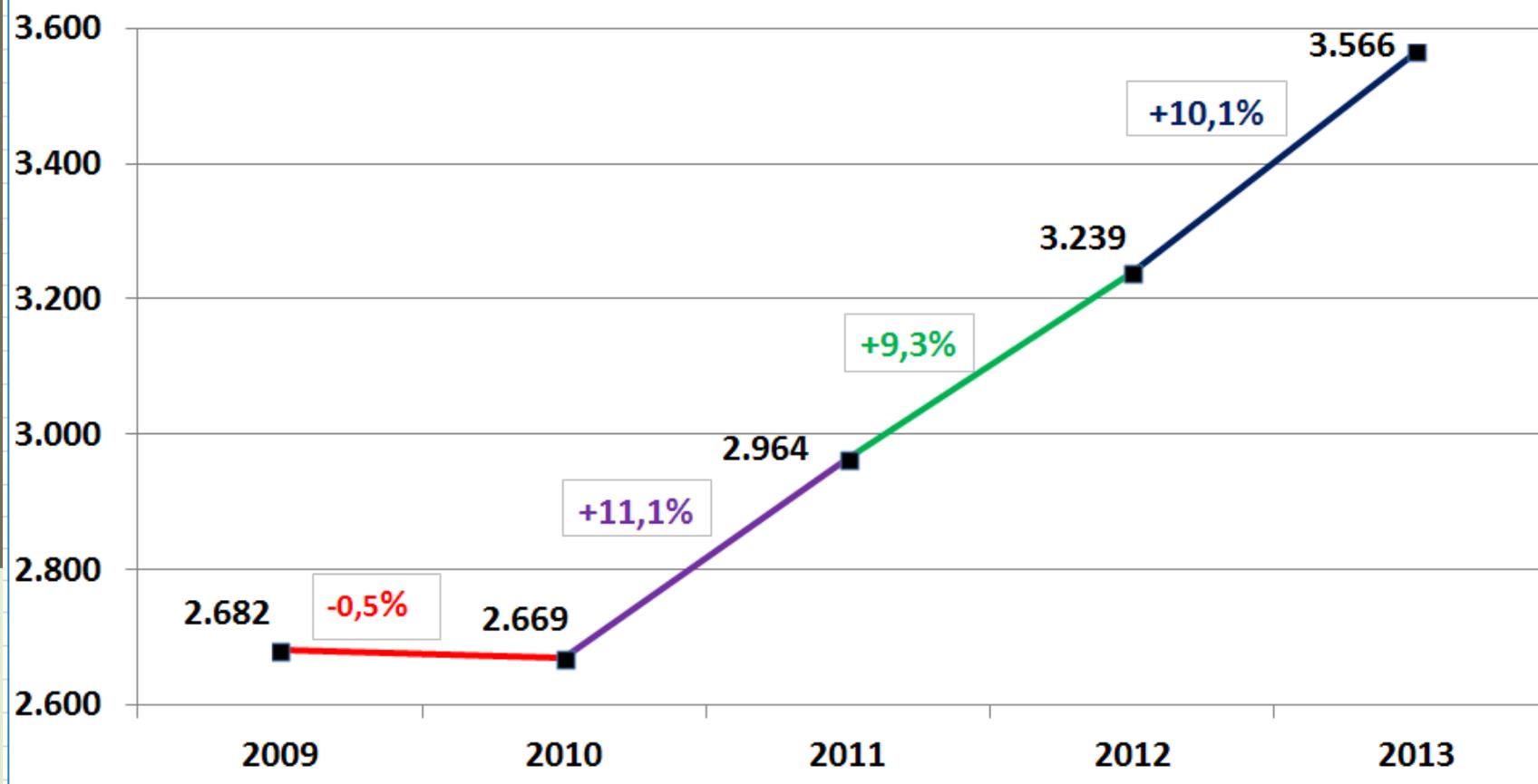
100 = PRODUZIONE VINO EMILIA
ROMAGNA

EVOLUZIONE E TOTALE VALORE (MIO €) DELLA PRODUZIONE DELLE COOPERATIVE VITIVINICOLE E CANTINE SOCIALI TRA IL 2009 E IL 2013 (+33%). RIF. BILANCI GENNAIO 2015

EVOLUZIONE DEL TOTALE DEL VALORE DELLA PRODUZIONE (milioni di Euro).

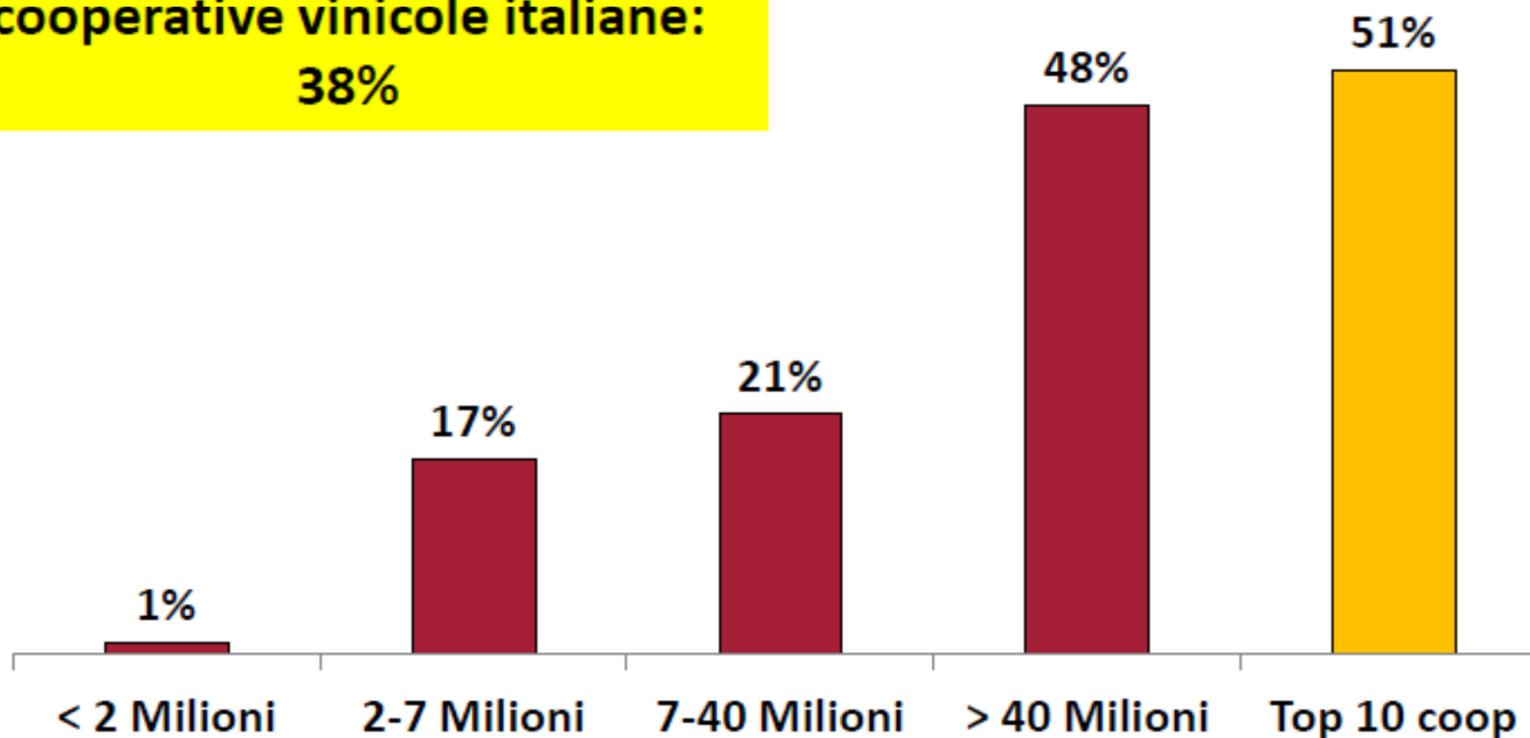
(Rif.: SERIE STORICA 2009-2010-2011-2012-2013, bilanci disponibili al 13 Gennaio 2015)

- PROFILO DIACRONICO -

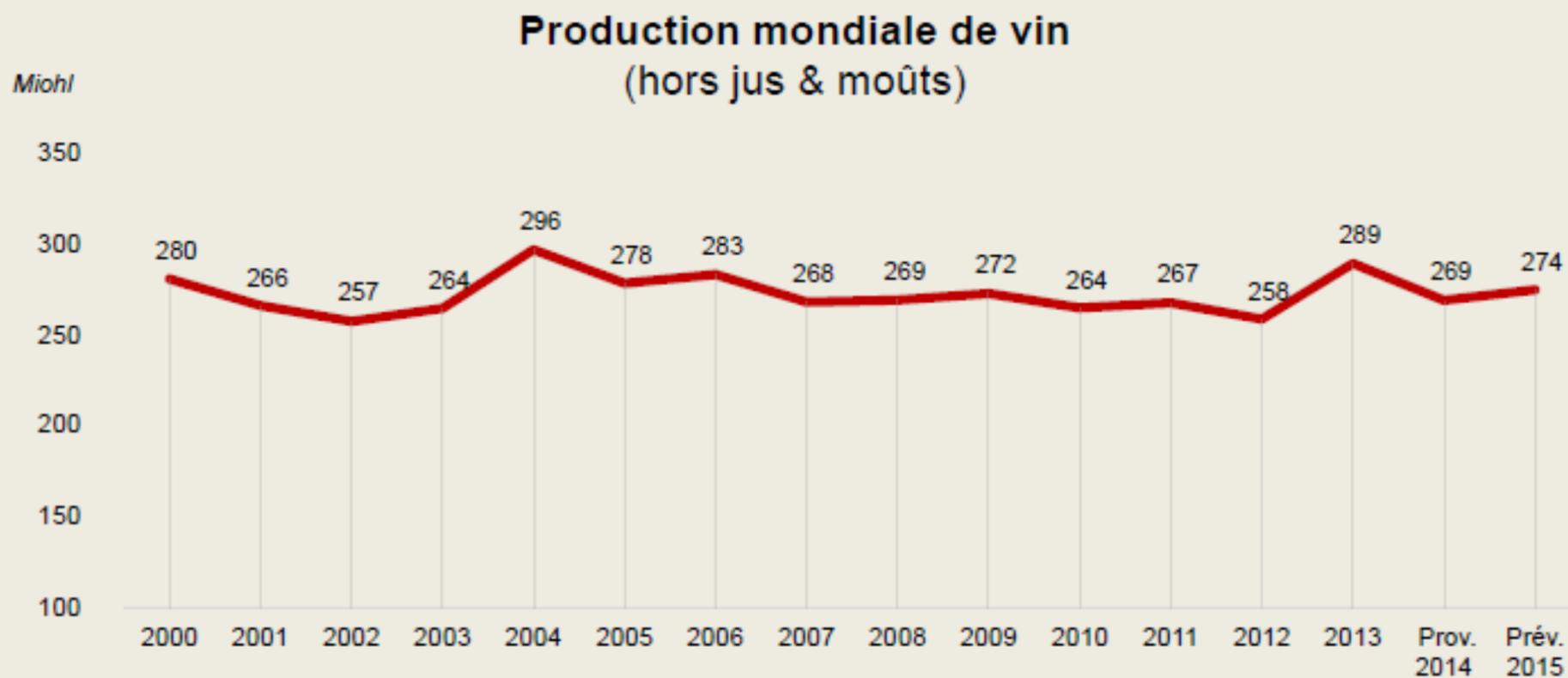


La propensione all'export aumenta con le dimensioni (*% fatturato estero sul totale, cooperative vinicole per classe di fatturato*)

Propensione all'export media cooperative vinicole italiane:
38%



La production mondiale de vin a augmenté de 2,2% par rapport à l'année précédente : 274,4 Miohl en 2015

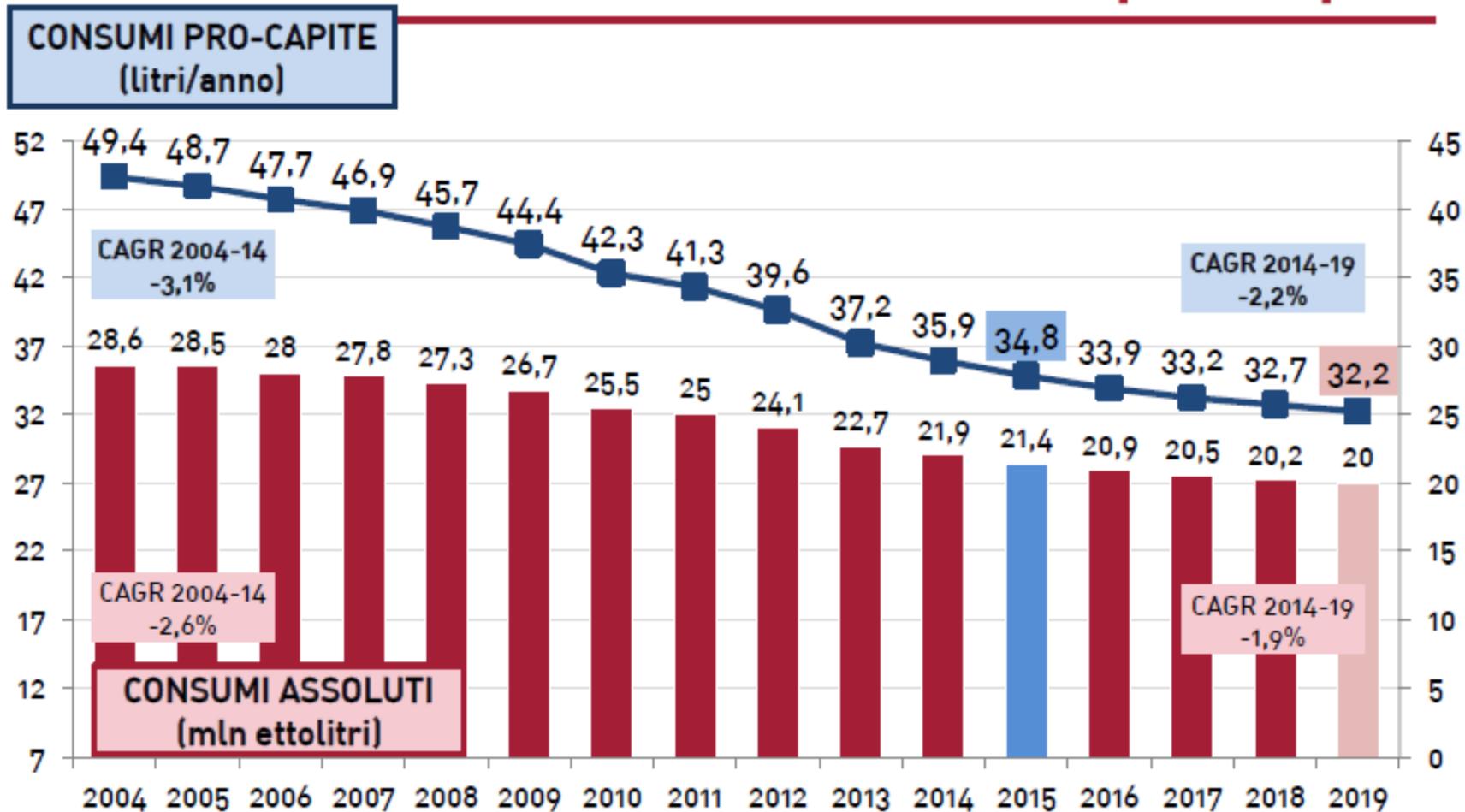


La consommation mondiale de vins s'est stabilisée depuis la crise économique de 2008 : elle est estimée à 240 Miohl en 2015

Evolution de la consommation mondiale de vins

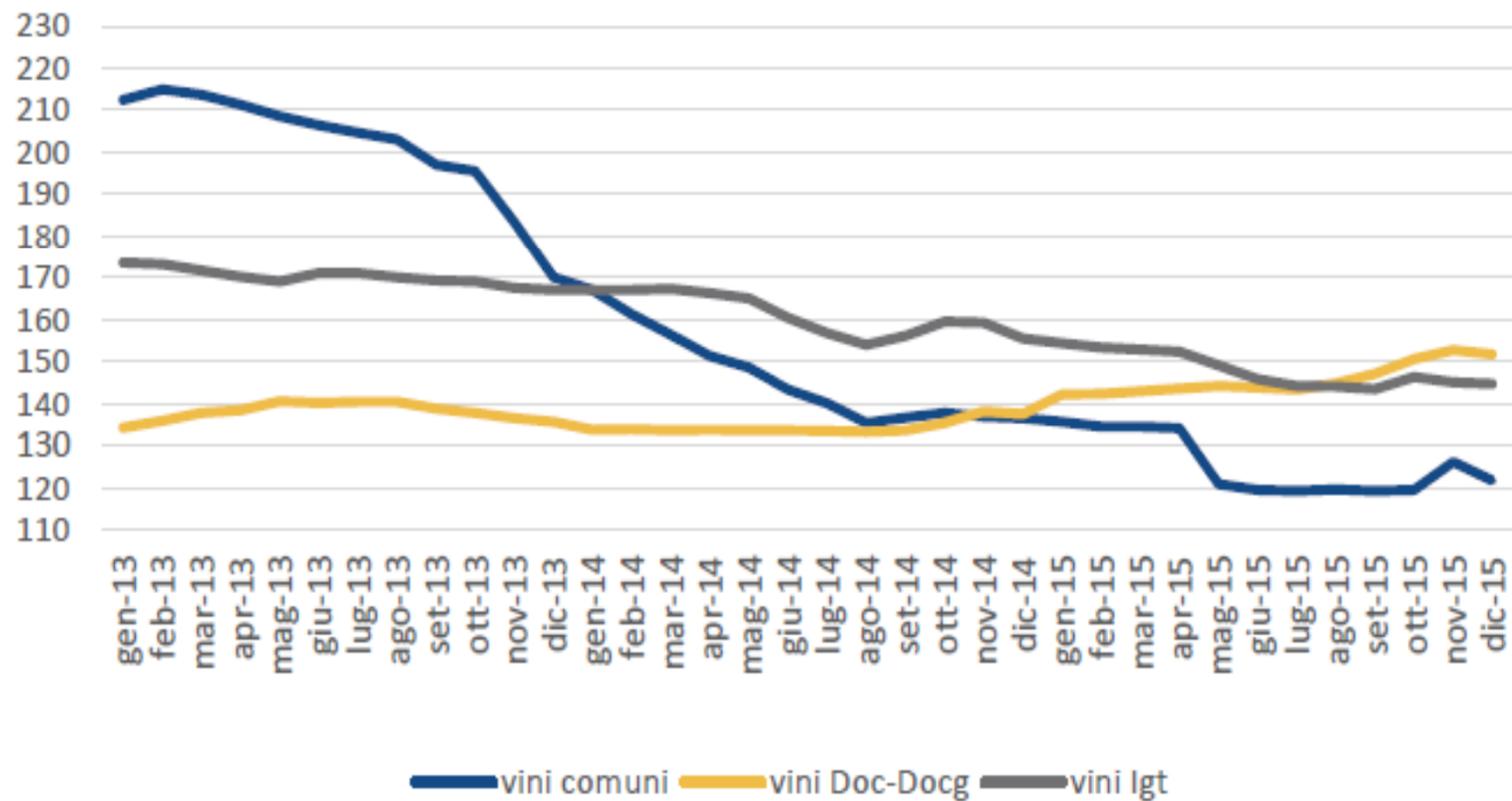


Trend dei consumi di vino in Italia: assoluti e pro-capite



I dati Euromonitor differiscono dai dati OIV: mentre OIV effettua stime di consumo apparente, Euromonitor utilizza dati di vendite per l'off-trade e stime per l'on-trade + include la vendita diretta.

Indice Ismea dei prezzi alla produzione del vino per segmento (2010=100)



Fonte: Ismea

Prezzi internazionali e nazionali del vino comune (€/ettogrado)

	2014	2015	var%
Italia			
Vino comune bianco	3,95	3,15	-20,3
Vino comune rosso e rosato	4,20	3,85	-8,3
Spagna			
Vino comune bianco	2,25	1,92	-14,4
Vino comune rosso e rosato	2,81	2,84	1,0
Francia			
Vino comune bianco	6,54	6,60	0,9
Vino comune rosso e rosato	5,61	6,01	7,1

1) Prezzo alla produzione, franco magazzino produttore, Iva esclusa

Fonte: Ismea

Trend export vino principali regioni esportatrici (valori 2008 = 100, export cumulato pari all'82% del totale Italia e var % 2013/2008)



0% 5% 10% 15% 20%

Emilia Romagna

18,0%

Veneto

10,7%

Trentino Alto Adige

7,6%

Piemonte

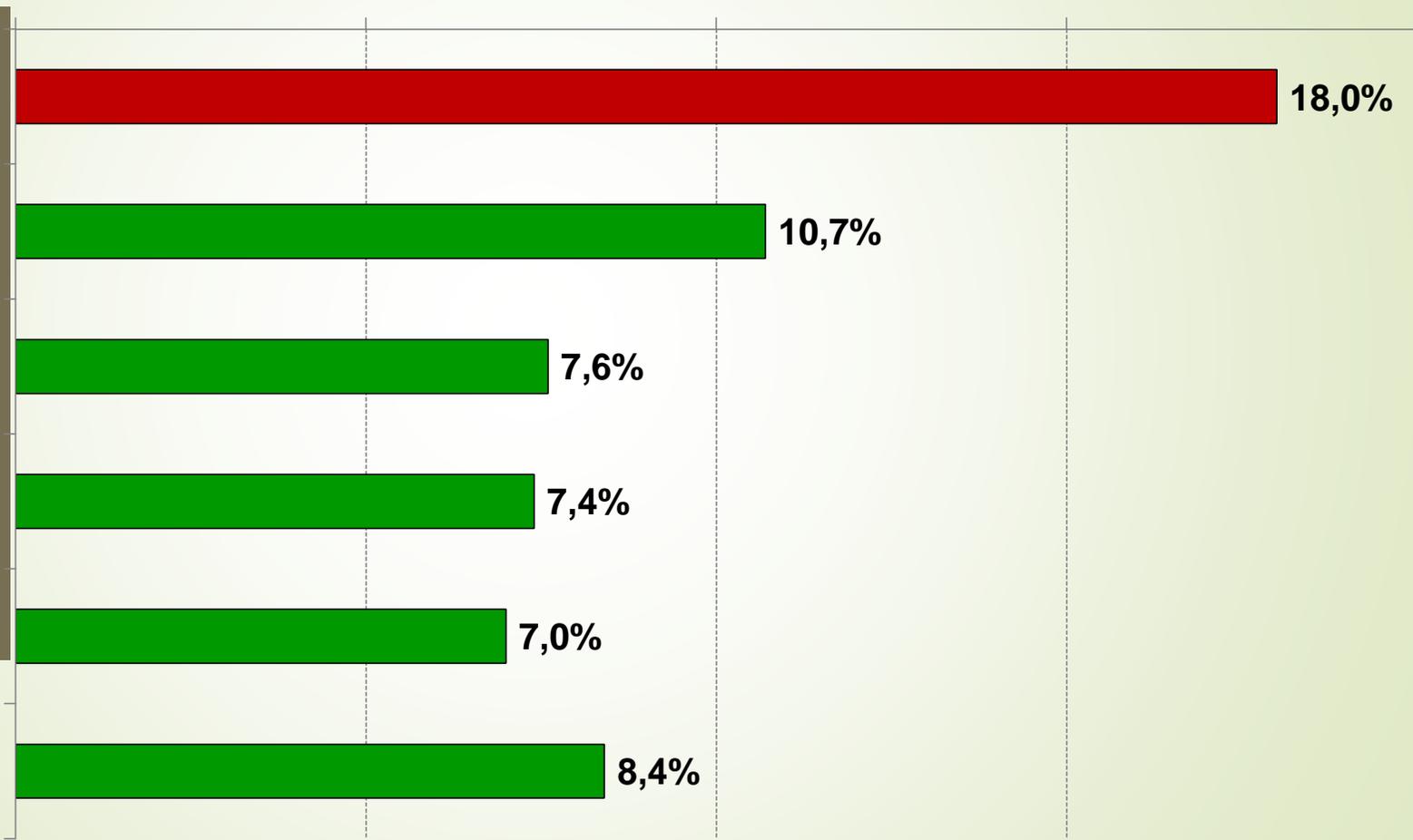
7,4%

Toscana

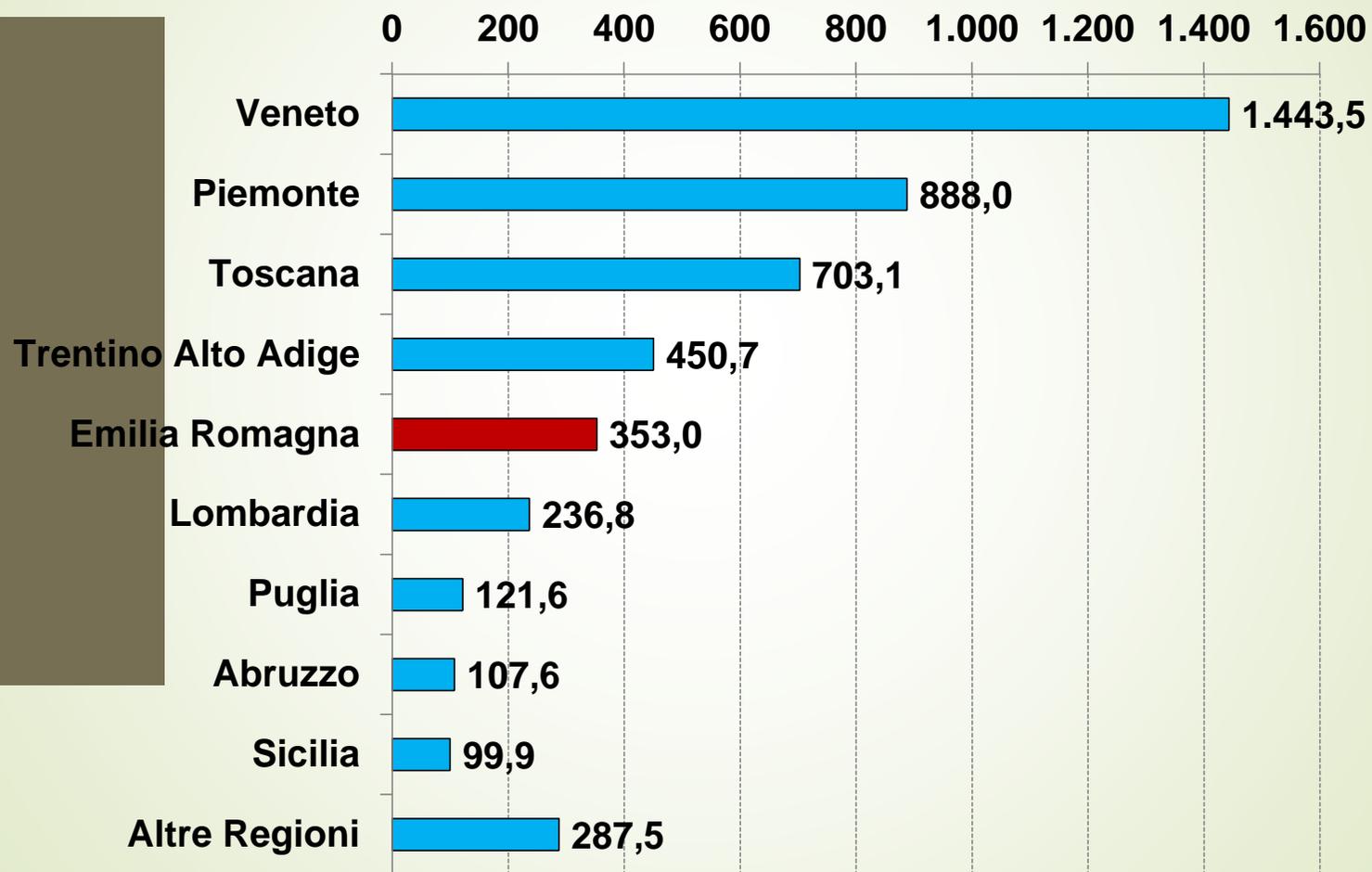
7,0%

ITALIA

8,4%



Le regioni italiane che esportano di più (vino esportato dalle regioni italiane, Milioni di euro 2013)



PROBLEMATICHE LEGATE ALL'EXPORT:

Forte concorrenza da parte dei competitor stranieri (TAVOLA)

Sensibilità, costumi e gusti eterogenei

Mancanza di coesione sul brand Italia

Contesti normativi/tariffari diversi e in continua evoluzione (TTP)

NECESSITA' LEGATE ALL'EXPORT:

**Investimenti per innovazione, ricerca, qualità, logistica
(scelte strategiche coerenti)**

Dimensioni/Aggregazioni d'impresa (progetti minimi)

Investimenti per promozione e marketing (OCM)

Supporto politico/istituzionale da parte dello stato e regioni (TTIP)

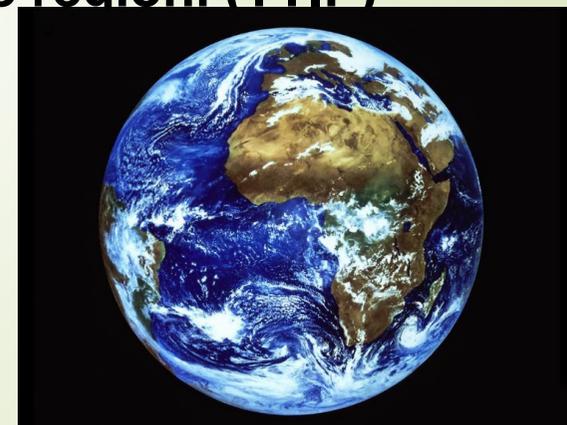
OPPORTUNITA' LEGATE ALL'EXPORT:

Aumento delle vendite nei paesi emergenti

Compensazione del calo dei consumi interni

Aumento valore aggiunto (DOP/INCOMING)

Diversificazione/integrazione business (RETI)



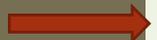
LEVE ECONOMICO/FINANZIARIE DI SETTORE:

OCM



RISTRUTTURAZIONE VIGNETI
INVESTIMENTI PMI
PROMOZIONE

PSR



INVESTIMENTI GRANDI IMPRESE
TRASFERIMENTO INNOVAZIONE (RICERCA COMPETITIVA)

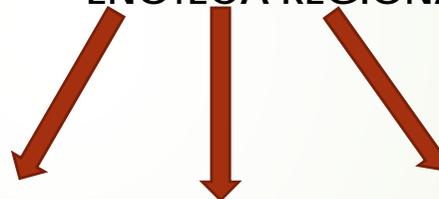
SISTEMA ISTITUZIONALE ORGANIZZATO :

RICERCA



CRPV-AZ.SPERIM. UNIVERSITA'

ENOTECA REGIONALE



OCM E FIERE INTERNAZIONALI VINITALY ENOLOGICA

CONSORZI DI TUTELA



GESTIONE DISCIPLINARI DOP IGP TUTELA E VIGILANZA PROMOZIONE ERGA OMNES



FRONTI E SINERGIE PER LO SVILUPPO DELL'EXPORT

La farluna_D3



**INNOVAZIONE
PRODOTTO, MARKETING,
PACKAGING**



BIO



VINO PRODOTTO AGRICOLO



INCOMING



**DOP E
IGP**

**AUTOCTONI E TERRITORIO: PIGNOLETTO,
LAMBRUSCO, SANGIOVESE, TREBBIANO,
ECC**



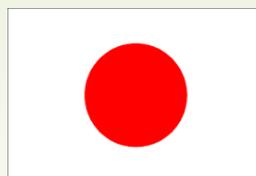
TURISMO RIVIERA



**TURISMO STORICO
CULTURALE**



GASTRONOMIA



Giappone: qualità, filiera e cooperazione sono elementi strategici

Apertura wine bar «romagnoli» Totidè



Offerta integrata con food



Filiera tracciata e «visitabile»; Telecamere installate nei vigneti per diretta web con qr code su bottiglie

Presenza a fiere e wine tasting locali



GRUPPO
CEVICO
Viteicoltori dal 1963

Cina: servizio, Italian style ed efficienza aziendale sono elementi strategici



Apertura wine bar «romagnoli» Totidè



IMPORT FOODS **Jupiter** COFFEE & TEA

大特価で開催!! **オータムフェア**

SALE WEEK 11/17(木) > 11/30(日)

当店は全て税込価格です。 (税別価格 (税別価格)にて表記)

<p>オータムフェア スーパーウイスキー</p> <p>NEW!!</p> <p>ワンピュロ ピュロ フラヴァー</p> <p>本体価格 970円 (税込価格 1,047円)</p>	<p>NEW!!</p> <p>ピュロ ピュロ モーネ スモーク</p> <p>本体価格 1,170円 (税込価格 1,251円)</p>
<p>オータムフェア プレミアムフラベラー プレミアムフラベラー プレミアムフラベラー</p> <p>本体価格 357円 (税込価格 380円)</p>	<p>オータムフェア プレミアムフラベラー プレミアムフラベラー プレミアムフラベラー</p> <p>本体価格 357円 (税込価格 380円)</p>

ジュピター 新横浜店

TEL 045-471-0991

Manager aziendali «madrelingua»

Bollicine italiane molto apprezzate